BAB IV

Manajemen Komunikasi Dakwah sebagai Diferensiasi Penjualan Otomotif (Studi Kasus Showroom Anfa Mobil Mojokerto)

A. Latar belakang Showroom Anfa Mobil Mojokerto

1. Latar belakang Showroom Anfa Mobil Mojokerto

Semakin berkembangnya zaman semakin banyak pula pilihan mobil yang ditawarkan oleh produsen. Dengan banyaknya keluaran mobil terbaru ditambah dengan semakin gencarnya iklan tentang mobil-mobil terbaru, membuat sebagian konsumen tertarik dan terdorong untuk dapat menukar (menjual) mobilnya dan menggantinya dengan mobil keluaran terbaru, sehingga hal ini menciptakan mobil bekas yang masih layak pakai untuk kembali diperjualbelikan kepada konsumen lainnya.

Begitu juga dengan dakwah, dakwah tidak hanya bisa dilakukan dengan lisan atau tulisan saja, akan tetapi justru dakwah bisa dilakukan oleh siapa saja bagi seorang pendakwah atau muballigh, karena sasaran dakwah bahkan bisa membuat orang jadi simpatik maka juga lebih efektif jika berdakwah dilakukan sambil berbisnis, terlebih melalui media bisnis otomotif.

Oleh karena itu produsen sengaja membangun dan menciptakan lapangan kerja yang berupa showroom guna sebagai wadah menyiarkan agama islam melalui bisnis jual beli otomotif di showroom

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Anfa Mobil Mojokerto. Ditambah lagi *owner* adalah alumni fakultas dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Sebagaimana yang dilakukan oleh Drs. H. Imron Rosyadi, S.H.,M.H alumni Fakultas Dakwah IAIN Surabaya tahun 1993. Beliau seringkali menggunakan media dakwah dengan cara dan metode bisnis otomotif, seperti yang sudah beliau tekuni dalam berbisnis mobil selama kurang lebih 20 (dua puluh) tahun sambil menyebarkan ajaran islam, dikalangan semua elemen masyarakat dengan berbagai status sosial, baik dikalangan birokrat, tehnokrat, muballigh. Serta para lapisan masyarakat islam lainnya. Tidak sedikit masyarakat mengenal tentang ajaran agama islam secara keseluruhan, untuk itu media dakwah dengan perdagangan dan bisnis sangat efektif dan efisien dan banyak menarik simpatik.

2. Profil Showroom Anfa Mobil Mojokerto

Penelitian ini dilakukan di Showroom Anfa Mobil Mojokerto yang beralamatkan di Jl. Raya Gayaman 09 Mojoanyar Mojokerto. Showroom Anfa Mobil didirikan pada 1996 dan beroperasi hingga sekarang. Showroom ini berdiri kokoh dengan dua lantai dengan luas tanah 5.730 m^2 dengan luas bangunan 3.564 m^2. Jumlah seluruh karyawan (tenaga kerja) di showroom Anfa Mobil ini sebanyak 4 orang, yang terdiri dari admin, teknisi, dan bagian kebersihan sudah termasuk pemilik showroom Anfa Mobil. Showroom Anfa Mobil ini

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memeiliki visi "Terwujudnya bisnis otomotif sebagai perekat sosial". Tidak hanya itu, showroom Anfa Mobil bermisikan:

a. Menjalin kemitraan bisnis dengan dasar komitmen dan kejujuran
b. Memadukan orientasi keuntungan dan keberkahan
c. Mengembangkan nilai-nilai spiritual bisnis
d. Memberdayakan masyarakat melalui bisnis yang beradab

Lokasi Anfa Mobil cukup strategis di sebelah jalan raya yang menghubungkan kota Jombang Mojokerto dengan Pasuruan, dan tempat showroom juga menarik dengan ditatanya mobil dengan rapi serta keadaan mobil yang bersih dan *kinclong*.

Agar produk yang ditawarkan oleh showroom Anfa Mobil dapat terjual dengan baik kepada masyarakat, maka harus ada manajemen penjualan. Manajemen penjualan adalah proses mengatur yang dilakukan untuk mencapai hasil perkembangan yang telah direncanakan, dengan memotivasi anggota tim penjualan untuk kemampuan terbaik mereka.[61] Prinsip penjualan adalah memperoleh keuntungan dari selisih antara harga jual dan harga peroleh.[62] Untuk memperoleh keuntungan yang tinggi, maka manajer penjualan harus mampu mengatur tim penjualan.

3. Penyajian data

Teknik penyajian data yang digunakan dalam penelitian ini berupa wawancara, observasi dan dokumentasi.

[61] Grant stewart, *sukses Manajemen Penjualan,(* terj. Bob Sabran, Erlangga:2005), Jakarta, hlm.1
[62] Mohammad Kansunnudin, *Konsep Penjualan Versus KonsepPemasaran,*Vol.4 No.2, (Semarang: Jurnal, Fokus Ekonomi STIEPARI, 2009), hlm. 3

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Wawancara

Pada penelitian ini, wawancara penulis lakukan dengan *owner* showroom Anfa Mobil, dan pelanggan showroom. Beberapa data yang ingin diteliti adalah tentang diferensiasi penjualan otomotif melalui pesan dakwah. Berikut hasil wawancara:

Beliau bebicara dengan penulis dan menjelaskan tentang pesan-pesan dakwah "disini itu yang dimaksud dengan diferensiasi penjualan itu adalah bagaimana manajemen komunikasi melalui pesan dakwah ini kepada penjual jadi itu mempunyai nilai *plus*, tidak sekedar penjualan di Anfa mobil itu mencari *owner* pembeli lalu *goal*… tidak, tetapi ada pesan-pesan dakwah disitu. Pesan-pesan dakwah di dalamnya tentang pengetahuan keagamaan, pengalaman, keagamaan dan pengamalan keagamaan 3 prinsip itu. Itu saya katakan pesan-pesan dakwah terkait dengan menejemen dakwah ini.

Di dalam teori pesan dakwah adalah Adalah isi pesan yang disampaikan da'I kepada mad'u. pada dasarnya pesan dakwah itu adalah ajaran islam itu sendiri.[63]

Showroom Anfa Mobil tidak sebagai penjualan otomotif semata tetapi di Anfa Mobil ini mempunyai nilai-nilai dan pesan dakwah terhadap *customer*. pembeli itu berbagai macam setting

[63] Ilaihi Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 97-104

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

historis dan *background*nya sosial ekonomi pengetahuan agamanya dan macam-macam.

Apa pesan-pesan agamanya itu kita banyak memberikan nasehat yang terkait dengan bagaimana pedagang yang baik , bagaimana yang tidak sholat menjadi sholat, bagaimana yang arang-arang sholat menjadi khusyu' dan istiqomah ini pesan-pesannya, jadi disitulah pesan-pesan dakwah secara konggresif dan secara keseluruan berbagai macam latar belakang atau individu, sebagai seorang penjual maupun pembeli tidak hanya pembeli saja pejual pun demikian karena showroom ini membeli dan menjual.

Showroom Anfa Mobil tidak sekedar jual beli saja, profit orentik dan keuntungan, juga mempunyai nilai silaturahim persaudaraan, yang tak kenal menjadi kenal, yang sudah kenal semakin baik, jadi mempunyai banyak nilai dakwah disitu, punya nilai persaudaraan punya nilai bail atau tentang penyehatan atau perbaikan ekonomi, seperti itu juga didalam keluarga agama juga memiliki nilai-nilai positif.

Ternyata agama disitu mempunyai peranan penting didalam kehidupan bermasyarakat dan beginilah yang dimaksud pesan dakwah dan disitu bukan sekedar penjual dan pembeli saja tetapi ada mediator atau disebut dengan makelarnya dan sebagainya dan mediator atau makelar itu bisa bermacam-macam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

juga variatif berbeda-beda dari sisi pengetahuan keagamaan maupun ekonomi status sosial macam-macam. Dan disini unik dan asik.

Melalui bahasa bagaiamana jadi harus berdakwah disini dengan media perdagangan ini. showroom mobil ini adalah tetap tidak mengesampingkan *wabiqoddri ala ukullihi* sesuai dengan kemampuan mereka, bagaimana penjual maupun pembeli tidak lah lari dari pesan-pesan dakwah, ternyata itu sangat signifikan dalam misi-misi dakwah membuat orang menjadi simpati, jangan dibalik jangan jual beli asal laku untung besar, lalu orang dibawah agama dijual biar begini orang menjadi simpatik, tidaaaak, tidak begitu… ini nantik ada dalilnya (penelitian secara langsung dengan Anfa Mobil yang punya)berteransaksi itu dengan harga berapa lalu sepakat itu *normative* jual beli umumnya norma tetapi pesan dakwahnya apa. siapa yang membeli rumahnya dimana ditanya agamanya apa anaknya berapa dll berbagai pengalaman entah orang itu merasa sungkan atau tidak yang jelas ada pesan-pesan dakwahnya, dipakai apa ndak dilakukan apa tidak . ada pengetahuan keagamaan, pengalaman keagamaan dan pengalaman keagamaan ini penting".

b. Observasi

Kegiatan pengamatan atau observasi pada penelitian ini dilaksanakan dengan mengamati semua aktivitas yang terjadi di

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

showroom Anfa Mobil Mojokerto dengan objek tempat, pemilik dan pelanggan showroom. Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap aktivitas yang terjadi di lapangan selama penelitian berlangsung diperoleh data sebagai berikut:

Gambar 4.1
Anfa Mobil Mojokerto

Anfa Mobil Mojokerto yang beralamat di Jl. Raya Gayaman No. 09 Mojoanyar-Mojokerto tepatnya di samping jalan raya yang menghubungkan Jombang-Mojokerto. Showroom Anfa Mobil Mojokerto ini berdiri diatas lahan seluas 5.730 m^2. Di area tersebut, Anfa Mobil Mojokerto dilengkapi dengan layanan penjualan dan pembelian mobil bekas dari seluruh wilayah di Indonesia. Dilihat dari plakatnya yang menjulang tinggi berdiri tegap disamping jalan raya ini menjadikan bisnis ini mudah dikenali bagi setiap orang yang membacanya. Dilihat dari segi

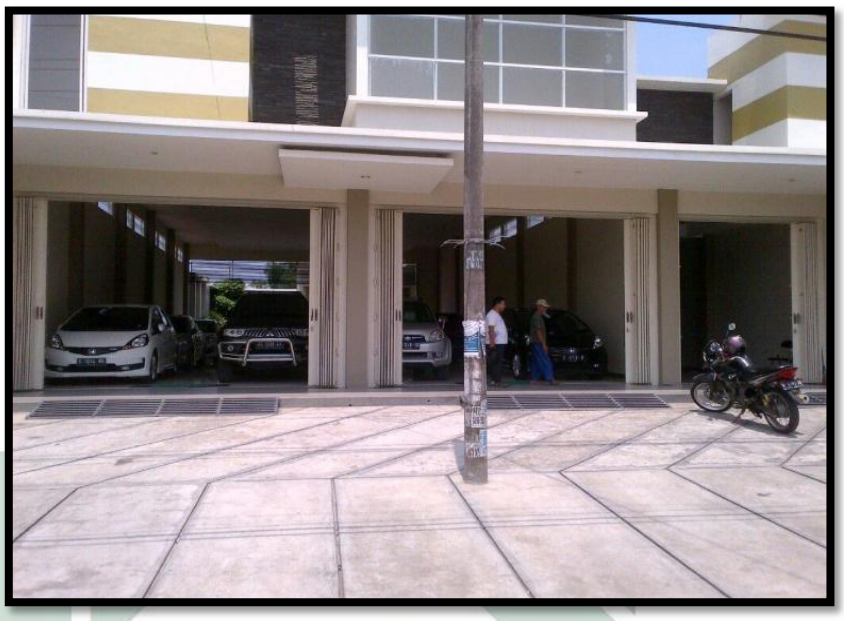
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pilihan kata yang diberikan pemilik bisnis ini Anfa Mobil Mojokerto telah banyak dikenal di kalangan pemburu mobil bekas maupun baru. Sehingga pengunjung Anfa Mobil Mojokerto ini tidak pernah sepi pengunjung entah itu hanya melihat, menawari, konsultasi ataupun hanya sekedar bercengkerama dengan sang pemilik showroom ini.

Showroom Anfa Mobil yang dikelola dibawah pimpinan H. Imron Rosyadi, S. H, M. S.H ini sudah berjalan selama 20 tahun yaitu sejak tahun 1996 hingga sekarang. Dan selama itu pula bisnis ini mengalami pasang surut yang menjadikan showroom ini semakin berpengalaman dibidangnya. Persaingan ekonomi yang dihadapi pemilik showroom ini sudah menjadi makanan pokok dalam bisnis jual-beli mobil bekas ini. Kepercayaan pelanggan adalah sebuah penghargaan yang memang harus dipertahankan baik itu dari segi kualitas, pelayanan dan kepuasan yang diterima oleh pelanggan.

Oleh sebab itu showroom Anfa Mobil Mojokerto ini selalu memprioritaskan kepuasan pelanggan dalam melakukan transaksi jual-beli mobil bekas. Demi untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan, juga dibutuhkan sumber daya manusia yang berkompeten dalam bidang bisnis ini yang cakap, ramah, disiplin dan loyalitas yang tinggi menjadikan showroom Anfa Mobil Mojokerto ini mampu melewati persaingan ekonomi yang tinggi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Gambar 4.2
Showroom Anfa Mobil Mojokerto Tampak dari Depan

Dilihat dari Gambar 4.2 Gedung showroom Anfa Mobil Mojokerto ini berdiri kokoh sejak tahun 1996. Gedung ini memiliki 2 lantai yang mampu menampung 15 hingga 20 mobil didalamnya. Lokasi yang strategis yang dimiliki showroom ini menjadikan bisnis ini mampu bertahan dalam persaingan bisnis jual-beli mobil bekas. Letaknya yang strategis yang memudahkan pengunjung untuk langsung memarkirkan kendaraannya memang menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Pintu showroom yang didesain khusus menjadi pintu harmonika juga memudahkan pengunjung untuk dapat melihat-lihat mobil meskipun tidak harus masuk ke dalam showroom.

Showroom Anfa Mobil Mojokerto ini merupakan showroom berkelas yang menawarkan berbagai jenis mobil

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pribadi maupun mobil pariwisata dari berbagai produk. Mulai dari mobil lokal hingga mobil luar kota telah dijajakan di showroom ini. Harga yang ditawarkan juga mengikuti harga stardard yang sedang berada di pasaran. Pemilik showroom ini menganut sistem suka sama suka dalam melakukan transaksi sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan atau merugikan.

Selain itu akses jalan raya yang menghubungkan Mojokerto-Jombang juga menjadi salah satu alasan mengapa showroom Anfa Mobil Mojokerto ini tidak pernah sepi pengunjung dan kerap kali pengunjungnya pun berasal dari luar kota Mojokerto yang kebetulan melewati showroom ini. Ditambah lagi pelayanan dari *Sales Promotion Boy* (SPB) serta *staff accounting* yang mampu melayani serta memberikan *service* (jasa) kepada pelanggan agar menjadi pembeli atau penjual yang cerdas dalam memilih atau menawarkan barang. Dan dari sinilah kepercayaan pelanggan terhadap showroom Anfa Mobil Mojokerto semakin kuat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 4.3
Penataan Mobil di Showroom Anfa Mobil Mojokerto

Gambar 4.3 menggambarkan penataan mobil di showroom Anfa Mobil Mojokerto yang mana dapat kita lihat ada berbagai jenis dan produk mobil dijajahkan disana. Tertata rapi mobil di setiap sudut bangunan showroom ini sehingga memudahkan pengunjung untuk melihat-lihat lebih luas dan detail setiap inci bagian mobil yang dijajakan. Selain itu, penataannya tidak terlalu sempit dan tidak terlalu longgar. Jika mobil-mobil itu ditata terlalu sempit akan menyulitkan pengunjung untuk melihat secara detail mobil yang dijajakan serta pengunjung tidak leluasa dalam memilih. Dan jika mobil-mobil itu ditata terlalu luas akan menghabiskan banyak ruang dalam showroom itu sehingga sedikit barang yang dapat diletakkan di showroom itu. Oleh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

karena itu sebaiknya penataan dalam showroom tidak terlalu luas dan tidak terlalu sempit sebagaimana pada Gambar 4.3 diatas.

Showroom Anfa Mobil Mojokerto ini buka mulai pukul 08.00 hingga pukul 17.00. Sama seperti halnya standard jam kerja, untuk menghasilkan sumber daya manusia yang berkompeten maka pemilik showroom juga harus memperhatikan pentingnya jam kerja yang diberikan kepada karyawan atau stafnya. Tidak hanya untuk beristirahat tetapi juga untuk beribadah.

Pemilik showroom Anfa Mobil Mojokerto ini juga mempersilahkan bagi para tamu atau pelanggan yang mau bertemu beliau di luar jam kerja akan tetapi sebelumnya harus membuat janji atau tamu maupun pelanggan sudah konfirmasi dengan beliau. Biasanya pertemuan yang seperti ini mempunyai hubungan antar pebisnis atau memang bersifat privasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 4.4
Berbagai Produk ditawarkan di Showroom Anfa Mobil Mojokerto

Berbagai produk mobil yang ditawarkan disini bermacam-macam. Mulai dari mobil kelas menengah keatas hingga mobil menengah kebawah dengan bermacam-macam harga yang dapat dinego dengan harga yang bersahabat sesuai kondisi dan standard di pasaran.

Beberapa mobil yang dapat penulis sebutkan dalam Gambar 4.4 diatas adalah 3 Honda Jazz, 2 Toyota Yaris, 2 Isuzu Panther, 1 Mitsubishi Pajero, 1 Toyota Fortuner, 1 Toyota Rush, 2 Suzuki Carry Pick-up, 2 Isuzu Elf Long Pariwisata. Beberapa barang diatas dalam kodisi baik dan ready ketika penulis berada di lokasi.

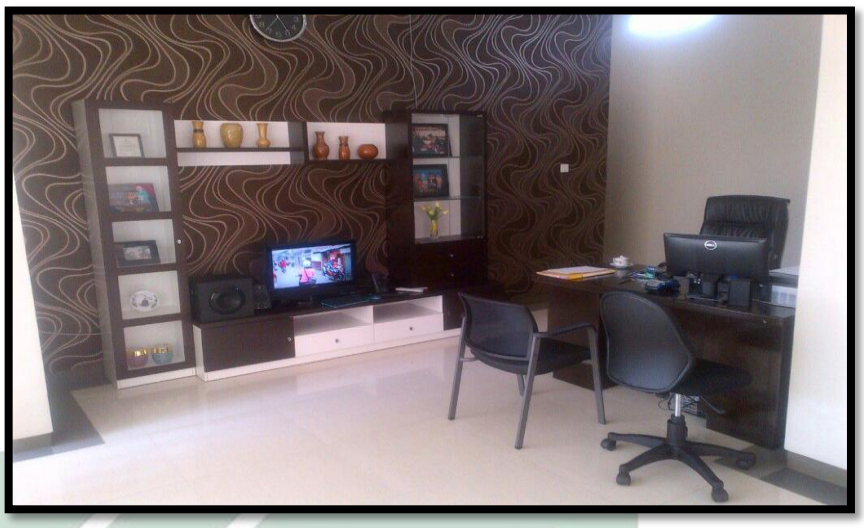
Pemilik showroom ini tidak mau jika barang yang beliau tawarkan kondisinya dibawah titik kewajaran karena dikhawatirkan akan mempengaruhi harga, waktu dan kepercayaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pelanggan. Harga akan berpengaruh karena jika barang semakin tidak bagus maka harganya pun juga semakin merosot. Waktu juga akan berpengaruh dalam pemasaran karena semakin lama mobil itu diabaikan maka semakin tua dan semakin turun pula harga yang dipatok meskipun di pasaran harga mobil itu masih lumayan tinggi dan menjadikan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas pun akan semakin menurun sehingga showroom tidak dapat berkembang.

Oleh karena itu, pebisnis showroom mobil harus selalu update dan upgrade barang yang dijajakan serta selalu memantau harga yang sedang berkisar di pasaran. Fungsi dari meng-update dan meng-upgrade barang disini adalah pemilik showroom hendaknya selalu mengikuti arus gaya hidup yang sedang booming di lingkungan tersebut, dengan begitu barang yang dijajakan tidak kadaluwarsa dalam mengikuti waktu dengan selalu memantau harga di pasaran. Sama halnya seperti di Anfa Mobil Mojokerto ini, setiap dua minggu sekali beliau menata ulang dan meng-upgrade isi showroomnya sehingga pengunjung tidak merasa bosan dengan barang yang itu-itu saja.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Gambar 4.5
Ruang Kerja Pemilik Showroom Anfa Mobil Mojokerto

Pada Gambar 4.5 kita menuju ke ruang kerja Bapak H. Imron Rosyadi, S. H, M. S.H di lantai 2 Gedung Anfa Mobil Mojokerto. Disini dapat kita lihat ruangan beliau tertata rapi dengan laptop yang menghadap ke tempat duduk beliau dan 2 tempat duduk yang menghadap ke meja beliau. Di mejanya pun terdapat berkas-berkas, kalender serta Alat Tulis Kantor (ATK) yang memungkinkan dibutuhkan beliau ketika sedang bekerja. Kemudian di samping kanan meja beliau berdiri lemari pajangan yang isinya tertata rapi, disana ada foto-foto keluarga beliau serta pernak-pernik indah yang menghiasi lemari pajangan sehingga menambah suasana tenang dan berkeluarga.

Dinding yang diwarnai khusus di belakang lemari pajangan beliau menjadikan ketenangan dalam hati dan pikiran beliau ungkapnya. Ruangan yang begitu damai dilengkapi dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

AC yang berada di ruangan beliau semakin menambah kesejukan dalam seiap aktifitas beliau. Tidak ketinggalan diatas lemari pajangan diatas terdapat jam dinding yang selalu mengingatkan beliau terhadap waktu-waktunya. Sebagaimana menjadi seorang pemimpin yang disiplin beliau selalu tepat waktu dalam urusan waktu.

Emha Ainun Najib (Cak Nun), seseorang yang menjadi inspirasi dakwah beliau, tidak heran ketika penulis berada di lokasi beliau sedang menyaksikan tokoh inspirasinya itu di televisi samping tempat duduknya itu. Siapa yang tidak terinspirasi dengan Cak Nun, beliau adalah tokoh intelektual Islam. Apa yang dikatakan mengandung arti tersendiri menurutnya dan hanya orang-orang tertentu yang mengerti dari sebuah kiasan-kiasannya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 4.6
Ruang Tamu Menengah Atas

Gambar 4.6 mendeskripsikan mengenai ruang tamu yang dimiliki pemilik showroom Anfa Mobil Mojokerto. Penulis mengambil gambar ketika siang hari dimana dapat kita lihat pencahayaan yang cukup di siang hari sangat efisien untuk menghemat listrik. Tanpa lampu pun ruang tamu yang berventilasi itu mampu memberikan cahaya yang cukup didalamnya. Ruang tamu yang memiliki kesan kekeluargaan ini memiliki 3 kursi sofa yang nyaman. Penataan perabotan yang tidak terlalu berdekatan juga menjadikan ruangan ini terasa lebih luas. Kemudian di ruangan ini telah dipasang AC, jadi meskipun ruangannya tertutup tidak akan terasa panas dan gerah.

Ruangan ini memang didesain seperti pada gambar 4.6 dengan dinding yang dicat polos dan ada beberapa gambar pemandangan yang dipasang sehingga tamu ataupun pelanggan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akan terasa nyaman dan tenang berada di ruangan itu. Ditambahkannya pula hiasan vas bunga tiruan di pojok samping jendela yang semakin mempercantik ruangan tersebut.

Gambar 4.7
Proses Transaksi di Showroom Anfa Mobil Mojokerto

Pada gambar 4.7 diatas mendeskripsikan suasana kediaman owner showroom anfa mobil mojokerto ketika mendapati pelanggannya sedang bertamu. Penulis kebetulan berada disana ketika owner sedang bertransaksi dengan pelanggannya yang berasal dari kota Mojokerto sendiri. Suasana yang hangat yang disuguhkan diatas sangat berpengaruh pada psikologis pelanggan, bagaimana tidak ketika pelanggan sedang bertamu, beliau sangat santai dalam melayani pelanggan tersebut. Ini menyebabkan pelanggan akan lebih rileks dalam berbincang-bincang karena situai dan kondisi yang ada pada saat itu tidak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

begitu formal, sehingga kebanyakan pelanggan lebih merasa nyaman berada di kediaman H.Imron ini.

Ketika peneliti sedang berada di lokasi, peneliti dapat menunjukkan bahwa dalam transaksi ini beliau tidak hanya terpaku pada masalah barang dan harga, akan tetapi beliau juga menyampaikan pesan-pesan dakwah bagaimana menjadi penjual yang baik dan pembeli yang baik sebagaimana yang telah diajarkan Rasulullah ketika berdagang dulu. Disini dapat dibuktikan bahwa aktifitas di showroom ini tidak hanya melakukan bisnis antar pemilik dan pelanggan saja akan tetapi juga menyiarkan dakwah

4. Analisa Data

Dalam proses observasi (pengamatan) dalam penyusunan karya ilmiah di penelitian ini, maka penulis dapat menganalisis data-data yang telah penulis sajikan diantaranya sebagai berikut:

Hasil penelitian Manajemen Komunikasi Dakwah Sebagai Diferensiasi Penjualan Otomotif (Studi Kasus Showroon Anfa Mobil Mojokerto), dalam penelitian ini berdasarkan data-data deskripsi yang tertera dalam sub bab-bab sebelumnya, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa yang merupakan implikasi terpenting dari hasil studi lapangan dalam kaitannya dengan kajian teoritis dan rumusan masalah yang telah dibuat dalam bab I, maka diambil kesimpulan sebagai berikut:

a. Manajemen

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bentuk manajemen di showroom Anfa Mobil Mojokerto meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengimplementasian dan pengawasan. Misal Perencanan di awal bulan di dalam showroom ada 13 unit kendaraan, perencanaan dalam jarak waktu sebulan unit laku 5, kemudian beli lagi 5 unit untuk di jual kembali begitu seterusnya sehingga didalam showroom tidak kehabisan stok unit dan juga tidak berlebihan. Pengorganisasian dalam hal ini beliau mengorganisasi pelantar, dan karyawan-karyawan showroom untuk turut bekerjasama agar perencanaan berjalan dengan lancar sesuai dengan apa yang diinginkan *owner*. Pengimplementasian dalam showroom yakni perwujudan tindakan dari rencana yang sudah dirancang guna mencapai tujuan yakni berjalannya jual-beli mobil. Pengawasan disini langsung diawasi oleh *owner* showroom, dengan setiap hari beliau mendatangi karyawan yang jagadi showroom Anfa Mobil.

b. Penyampaian Pesan-pesan Dakwah

Dalam showroom Anfa Mobil Mojokerto dalam melayani pelanggan dengan tutur bahasa yang baik dan sopan, itu berlaku bagi karyawan maupun *owner* showroom. Dengan begitu pelanggan merasa sangat dihormati. Komunikasi yang baik juga sangat penting bagi untuk menarik pelanggan Dalam teori Komunikasi dakwah menjelaskan bahwa Menurut Ahmad mubarok dalam buku psikologi dakwah mengungkapkan bahwa kegiatan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dakwah adalah kegiatan komunikasi, dimana da'I mengkomunikasikan pesan dakwah kepada mad'u baik secara perorangan maupun kelompok. Semua hukum yang berlaku dalam ilmu komunikasi berlaku juga dalam dakwah, dan bagaimana mengungkapkan apa yang tersembunyi dibalik prilaku manusia dakwah sama juga dengan apa yang harus dikerjakan pada manusia komunikan.[64] Dalam penelitian ini owner showroom Anfa Mobil Mojokerto ketika melakukan transaksi dalam jual-beli telah sesuai dengan teori komunikasi dakwah diatas. Hal ini terbukti ketika beliau berkomunikasi dengan pelanggan, dan tidak meninggalkan pesan-pesan dakwah. Informan-informan yang menyatakan bahwa di showroom Anfa Mobil ini banyak mengandung pesan-pesan dakwah adalah para pelanggan showroom itu sendiri beserta orang-orang yang dekat dengan beliau. Setiap kali peneliti berada di showroom (lokasi penelitian) dan sedang meneliti, pemilik sedang bertransaksi dengan menyampaikan pesan-pesan dakwah. Diantaranya pesan dakwah beliau adalah memberi nasihat-nasihat kepada pelanggan, itu pun dilihat dari latar belakang pelanggan tersebut, karena disetiap individu mempunyai latar belakang yang berbeda-beda contohnya:

1) Pelanggan A beragama islam menjalankan sholat akan tetapi ia menganggap sholat hanya sebagai simbol agama islam itu

[64] Ilaihi Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 31-32

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sendiri. Pesan-pesan dakwah beliau yang diberikan kepada kasus pelanggan A ini adalah menjelaskan pentingnya sholat, hukum sholat, dan hikmah sholat. Nasehat itu diberikan bertujuan agar pelanggan A lebih ditingkatkan nilai ibadah sholatnya,

2) Pelanggan B beragama islam menjalankan sholat 5 waktu, akan tetapi ia sholat 5 waktu tersebut bukan karena hatinya sendiri melainkan karena ingin dilihat orang lain, agar orang lain mengetahui bahwa ia sholat, beliau menanggapi kasus ini dengan mengasih nasehat agar ia mengerjakan ibadah karena Allah bukan karena orang lain, dalam Al-Qur'an Allah berfirman "sesungguhnya alam semesta dan seisinya diciptakan tak lain untuk menyembah pada-Ku".

Disamping mengasih nasihat, beliau dalam transaksi jual beli juga menyambung tali silaturrohim pada pembeli, sehingga setelah jual beli masih ada hubungan berkelanjutan yang belum kenal menjadi dekat, yang dekat menjadi lebih dekat. Jadi tidak hanya mobil di jual dengan harga sekian, lalu pembeli setuju dan membayar begitu saja. Tanpa ada pesan-pesan dakwah atau nasehat-nasehat. Itu tidak berlaku di showroom Anfa Mobil Mojokerto.

c. Proses komunikasi (transaksi)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) *Owner* showroom Anfa Mobil sebagai komunikator mempunyai maksud berkomunikasi dengan pelanggan menjelaskan tentang kendaraan apa yang di cari pembeli, mulai dari harga unit, kondisi unit, dan bernegosiasi dengan kata-kata yang sopan.
2) Media yang digunakan *owner* showroom Anfa Mobil untuk menyampaikan penjelasan komunikator dengan komunikan melaui beberapa cara yakni, secara langsung bertatap muka, berbincang-bincang dengan santai. Itu bisa dilakukan di dalam ruangan showroom maupun di rumah *owner* showroom. Dan juga bisa dilakukan di luar, seperti halnya di warung, mapun di tempat santai lainnya. Akan tetapi ketika berkomunikasi jarak jauh bisa menggunaan *handphone*, dengan adanya aplikasi modern seperti aplikasi *whatsapp* lebih memudahkan dalam beliau berkomunikasi jarak jauh.
3) *Respons* komunikan atau rangsangan setelah menerima pesan dari komunikator apa yang sudah dijelaskan oleh komunikator. Kemudian komunikan menanggapi tentang penjelasan sesuai dengan unit yang di cari atau tidak, serta harganya cocok dengan kemampuan komunikan apa tidak. Seumpaa unit cocok dengan pa yang di cari sedangkan kemampuan dana kurang mencukupi *owner* showroom Anfa Mobil bersedia membantu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk *leasing,* bertujuan untuk mempermudah pembeli mendapatkan unit mobil yang diinginkan.

d. Materi atau pesan dakwah yang disampaikan oleh H. Imron berupa pesan aqidah, syariah, akhlaq serta nasehat-nasehat yang sangat penting bagi orang tersebut. Tak jarang H, Imron menasehati menggunakan pengalaman-pengalaman yang pernah dilalui oleh beliau, berjuan agar membangkitakn semangat dan lebih memahami nilai-nilai kislaman.

   Dalam melakukan transaksi, beliau sengaja memasukkan pesan-pesan dakwah dalam proses transaksinya karena memang itu tujuan beliau dalam menyiarkan agama islam. Penyampaian pesan dakwah ini hanya dilakukan oleh H. Imron selaku pimpinan sekaligus pemilik showroom Anfa Mobil ini. Beliau beralasan bahwa "Tidak semua orang dapat menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan semaunya sendiri akan tetapi harus didasari dengan pengetahuan agama islam yang memang benar-benar terbukti dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits" Ujar *owner* showroom.

e. Media dakwah yang dipakai oleh H. Imron adalah secara lisan saat bertatap muka dan saat jarak jauh menggunakan *handphone.* Lebih efektif bila langsung bertatap muka dengan beliau, sehingga pesan-pesan dakwah yang disampaikan langsung merasuk kebenak fikiran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

f. Diferensiasi produk yang dilakukan Showroom Anfa Mobil Mojokerto meliputi:

1) Barang, dari segi barang yang dijajakan di showroom Anfa Mobil Mojokerto ini tergantung dari konsumen di pasaran. Pemilik Showroom juga harus selalu memantau barang apa yang sedang *trend* di pasaran, jadi barang yang dipasang di showroom selalu bermacam-macam mulai dari mobil keluaran lama hingga mobil keluaran baru, dari mobil yang harganya dibawah rata-rata hingga yang harganya tinggi sesuai harga di pasaran. Beberapa barang yang di *display* pemilik ketika peneliti berada di showroom Anfa Mobil ini adalah 3 Honda Jazz, 2 Toyota Yaris, 2 Isuzu Panther, 1 Mitsubishi Pajero, 1 Toyota Fortuner, 1 Toyota Rush, 2 Suzuki Carry Pick-up, 2 Isuzu Elf Long Pariwisata. Beragam transportasi darat inilah yang membedakan showroom Anfa Mobil Mojokerto dengan showroom-showroom lainnya yang kebanyakan hanya menawarkan beberapa jenis transportasi saja. Sehingga pengunjung dapat lebih banyak melihat-lihat dan membandingkan barang yang satu dengan yang lainnya dan tidak hanya terfokus pada beberapa jenis barang saja. Dan ini akan menjadi faktor daya tarik dari showroom Anfa Mobil Mojokerto itu sendiri.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Keistimewaan/fungsi (*feature*), sebagaimana fungsi dari penjualan barang / jasa adalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen, beberapa orang memang sangat membutuhkan alat transportasi yang sifatnya dapat memuat orang lebih dari dua. Berdasarkan fungsinya, alat transportasi ini bersifat efektif dan efisian, bagaimana tidak ketika seseorang hendak bepergian jauh dan membawa banyak barang dan penumpang sedangkan alat transportasi yang dimiliki kurang memadai dalam situasi seperti itu akan sangat menyulitkan bagi si pemilik alat transportasi itu, maka di showroom Anfa Mobil Mojokerto ini menyediakan alat transportasi bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Mulai dari transportasi yang bersifat kebutuhan yang primer (pokok), kebutuhan sekunder (wajar) hingga yang tersier (mewah) tergantung dari konsumen itu sendiri.
3) Kualitas kinerja (*Performance Quality*), kualitas barang atau jasa akan sangat mempengaruhi harga barang atau jasa itu sendiri. Harga barang atau jasa berbanding lurus dengan kualitas barang atau jasa. Hal ini dapat dibuktikan ketika keadaan suatu barang dibawah kondisi rata-rata meskipun itu barang bekas, maka harga barang itu juga akan dibawah rata-rata pasaran karena barang yang ditawarkan akan dianggap cacat meskipun itu memang sudah barang bekas. Dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebaliknya, ketika keadaan suatu barang baik sesuai rata-rata barang bekas, maka harga barang itu juga akan sesuai dengan kondisi barang itu bahkan bisa diatas rata-rata sesuai kondisi barang bekas itu. Ini juga berlaku di semua showroom-showroom yang ada, termasuk showroom Anfa Mobil Mojokerto. Akan tetapi di showroom Anfa Mojokerto memiliki *Performance Quality* yang memuaskan konsumen, mobil yang tertata rapi di showroom memiliki kondisi yang baik bahkan seperti bukan mobil bekas meskipun di showroom ini hanya menawarkan mobil bekas saja. Ketika peneliti di lokasi, tepatnya di showroom Anfa Mobil Mojokerto seluruh mobil yang dijajakan disana terlihat bersih, rapi, dan tahun keluarannya pun tidak terlalu tua serta spedometer pada tiap-tiap mobil juga tidak terlalu banyak sehingga banyak pengunjung yang menyukai barang dari showroom Anfa Mobil Mojokerto ini. Sesuai hukum ekonomi diatas, harga barang sesuai dengan kualitas barang/ kondisi barang, akan tetapi di showroom Anfa Mobil Mojokerto ini konsumen dapat bernegosiasi dengan *owner* dengan harga yang bersahabat karena *owner* sendiri memiliki prinsip "suka sama suka" sehingga kegiatan negosiasi harga ini menjadi bahan pembicaraan yang hangat antara *owner* dan konsumen. Oleh karena itu, di showroom Anfa Mobil Mojokerto ini memiliki

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

daya tarik tersendiri pada bagian bernegosiasi dan dalam *Performance Quality*-nya.

4) Kualitas Kesesuaian, yang dimaksud kualitas kesesuaian disini adalah kelayakan suatu barang dalam hal kualitasnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Dilihat dari kualitas kesesuaian showroom Anfa Mobil Mojokerto juga telah memenuhi spesifikasi sasaran kepada masyarakat. Semua barang / mobil bekas di showroom Anfa Mobil Mojokerto ini telah memenuhi spesifikasi berstandar yang sudah tidak diragukan lagi sehingga kelayakan pemakaian pada setiap barang yang dijajakan di showroom ini masih tergolong baik karena di showroom ini memiliki pegawai yang selalu melakukan pengecekan setiap harinya.
5) Daya tahan, mobil bekas showroom Anfa Mobil Mojokerto mempunyai daya tahan yang lama sesuai bahan yang digunakan. Daya tahan suatu barang akan bergantung pada pola perawatannya dan penggunaannya, seperti di showroom Anfa Mobil Mojokerto ini, mobil-mobil yang setiap harinya di pajang/dijajakan di showroom ini dirawat sebelum sampai di tangan konsumen. Sehingga ketika barang berada di showroom tidak akan mengurangi daya tahan barang sebelum sampai pada konsumen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

g. Diferensiasi penjualan yang dilakukan Showroom Anfa Mobil Mojokerto meliputi:

1) Dalam pelaksanaan penjualan otomotif dan dakwahnya, H. Imron berupaya melakukan penjualan otomotif di showroom mobil bekas di wilayah Mojokerto dengan menjajakan mobil-mobil bekas dalam segi penjualannya yang berwawasan Islam di Jl. Raya Gayaman No. 09 Mojoanyar-Mojokerto. Lewat dasar berwirausaha itulah beliau menyontohkan pribadi yang baik berdasarkan Islam, baik ketika beribadah, bersilaturahmi maupun menjadi seorang anak yang berbakti kepada kedua orang tuanya.

2) Dalam dakwahnya H. Imron menggunakan strategi bisnis yang mengandung pesan-pesan dakwah. Strategi bisnis atau taktik H. Imron dalam menjalankan bisnis penjualan otomotif mobil bekas di showroom Anfa Mobil Mojokerto melalui suri tauladan, membimbing, etika berwirausaha atau berbisnis, motivasi, sosial kemasyarakatan, hubungan dan kerjasama. Sehingga beliau dalam bisnis penjualan otomotif yang mengandung pesan-pesan dakwah ini bisa berjalan dengan baik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id